

## РЕШЕНИЕ по делу № 056/05/5-21/2020

Резолютивная часть решения объявлена «12» февраля 2020 года.

Решение изготовлено в полном объеме «19» февраля 2020 года.

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Оренбургской области (далее по тексту – Комиссия, Оренбургское УФАС России) по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе в составе:

ОО «...» – председателя Комиссии, заместителя руководителя Управления, начальника отдела антимонопольного и рекламного контроля общественных связей;

ОО «...» – члена Комиссии, ведущего специалиста – эксперта отдела антимонопольного и рекламного контроля, общественных связей;

ОО «...» – члена Комиссии, специалиста – эксперта отдела антимонопольного и рекламного контроля, общественных связей;

присутствии:

представителя ООО «...» по доверенности от 04.02.2020г. ООО «...»

рассмотрев дело № 056/05/5-21/2020, возбужденное в отношении ООО «...» по признакам нарушения требований, установленных пунктом 1 частью 5 Федерального закона Российской Федерации «О рекламе» № 38-ФЗ от 13.03.2006г. (далее по тексту – ФЗ «О рекламе») содержащихся в рекламе, распространяемой на автомобиле газель next (г/н «...»),

### УСТАНОВИЛА:

сотрудниками Оренбургского УФАС России 13.11.2019г. проведена проверка рекламы, распространяемой на территории г. Оренбурга на предмет соответствия требованиям, установленным ФЗ «О рекламе».

В ходе проверки установлено, что при движении по ул. Терешковой в микрорайоне остановки «Октябрьская» на транспортном средстве газель next (г/н «...»56) распространяется текстовая информация с содержанием: ОСФРОСТ ТОРГОВАЯ МАРКА/ И на небе, и на земле «Советский

андарт самый лучший/ WWW.ROSFROST.RU» с сопровождением изображения девушки с мороженым, а также изображением мороженого советский стандарт».

Информация, распространяемая на транспортном средстве, имеет все необходимые юридические признаки рекламы, позволяющие определить именно в этом качестве и отличить от информации не рекламного характера: предназначена для неопределенного круга лиц, преследует того заданные цели информирования: продвижение на рынке, призвана формировать и поддерживать интерес к услугам и товарам, предоставляемые соответствующим рекламодателем.

Санктбургским УФАС России установлено, что вышеуказанная информация, подпадает под понятие рекламы в соответствии с частью 1 статьи 3 ФЗ «О рекламе».

Следовательно, требования Закона о рекламе распространяются на данную рекламную информацию.

Анализ представленных материалов и действующего законодательства показал следующее.

Согласно части 1 статьи 5 ФЗ «О рекламе», реклама должна быть добросовестной и достоверной. Недобросовестная реклама и недостоверная реклама не допускаются.

В соответствии с пунктом 1 части 3 статьи 5 Закона о рекламе, недостоверной признается реклама, которая содержит не соответствующие действительности сведения о преимуществах рекламируемого товара перед находящимися в обороте товарами, которые произведены другими изготовителями или реализуются другими поставщиками.

Информация, содержащаяся в рекламе, должна отвечать критериям достоверности, в том числе в целях формирования у потребителя верного, истинного представления о товаре (услуге), его качестве, потребительских свойствах.

Согласно, пункта 29 постановления Пленума Высшего арбитражного суда Российской Федерации от 08.10.2012 года № 58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе» информация, содержащаяся в рекламе, должна отвечать критериям достоверности, в том числе в целях формирования у потребителя верного, истинного представления о товаре (услуге), его качестве, потребительских свойствах. В связи с этим использование в

рекламе сравнительной характеристики объекта рекламирования с иными товарами, например, путем употребления слов «лучший», «первый», «номер один», должно производиться с указанием конкретного критерия, по которому осуществляется сравнение и который имеет объективное подтверждение. Данное объективное подтверждение может быть установлено победой в конкурсе, экспертным исследованием, независимой экспертизой, независимым опросом-анкетированием потребителей. Поэтому реклама, не сопровождаемая таким подтверждением, должна считаться недостоверной как содержащая не соответствующие действительности сведения о преимуществах рекламируемого товара перед находящимися в обороте товарами, изготовленными другими производителями или реализуемыми другими продавцами.

в рассматриваемой рекламе использовалось утверждение «Советский стандарт самый лучший», которое в силу постановления Пленума должно производиться с указанием конкретного критерия, по которому осуществляется сравнение и который имеет объективное подтверждение.

при утверждении о рекламируемом товаре, как имеющем статус «самый лучший» перед другими товарами, необходимо наличие оснований, позволяющих судить о таком превосходстве.

исходя из содержания части 6 статьи 38 Закона о рекламе, ответственность за нарушение требований, установленных пунктом 1 частью 3 статьи 5 ФЗ «О рекламе», несет рекламодаделец.

рекламодаделец – это изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо.

следовательно, рекламоделем рассматриваемой рекламы следует считать ООО «....»

таким образом, усмотрев признаки нарушения пункта 1 части 3 статьи 5 Закона «О рекламе» дело № 056/05/5-21/2020 было возбуждено в отношении ООО «....» и назначено к рассмотрению на 12.02.2020г. 11: 00.

рассмотрение Комиссионного дела происходило в присутствии представителя ООО «....» по доверенности от 24.02.2020г. ООО «....»

представитель ООО «....» пояснила, что на изготовление рекламного щита для автомобиля был заключен договор №60-19 от 11.04.2019г. на оказание комплексных рекламных услуг с ООО «....», где ООО «....»

менуется исполнителем.

на основании п.2.1.2 ч.2 договора №60-19, исполнитель обязан согласовывать эскизы, макеты рекламных материалов с заказчиком ООО «....»).

ОО «....» сообщает, что макет согласован маркетологами ООО «....» 11.04.2019г., и подтверждает данный факт дополнительным соглашением №1 к договору №61-19 от 11.04.2019г. После получения определения о возбуждении дела № 056/05/5-21/200 (исх.№255 от 15.01.2020г.) Общество изменило текст рекламы в части фразы: «советский стандарт очень лучший» на основании дополнительного соглашения №3 к договору №60-19 от 11.04.2019г.

на основании пояснений представителя ООО «....» на заседании Комиссии и материалов дела усматривается, что ключевая фраза/слово словосочетанием «самый лучший», были определены ООО «....», в связи с чем Комиссия считает вину общества в нарушении рекламного законодательства установленной.

Комиссией установлено, что реклама изменена путем изменения лейки. В связи с изложенным, оснований для выдачи предписания у Комиссии не имеется.

**В соответствии с пунктом 1 частью 2 статьи 33, частью 1 статьи 36 ФЗ «О рекламе» и в соответствии с пунктами 37-50 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденных постановлением Правительства Российской Федерации от 17.08.2006 года № 508, Комиссия,**

### **РЕШИЛА:**

Признать ненадлежащей рекламу с текстом: «РОСФРОСТ ТОРГОВАЯ КОМПАНИЯ/ И на небе, и на земле «Советский стандарт самый лучший WWW.ROSFROST.RU» распространяемую посредством брендирования автомобиля газель next (г/н «....»), поскольку в ней нарушены требования п. 3 ст.5, ФЗ «О рекламе».

Предписание ООО «....» о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе не выдавать;

Передать материалы дела №056/05/5-21/2020 уполномоченному должностному лицу Управления Федеральной антимонопольной службы по

сенбургской области для решения вопроса о возбуждении дела о административном правонарушении, предусмотренного ч.1 ст.14.1 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

Решение может быть обжаловано в порядке, установленном статьей 19 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации.